

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *DIGITAL*  
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR BUNGA SEKARMULYO**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Nailatin Ni'mah**

**2020101060311445**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *DIGITAL*  
*MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN DI PASAR BUNGA SEKARMULYO**

**Oleh :**

**Nailatin Ni'mah  
202010160311445**

Malang, 3 Juli 2024

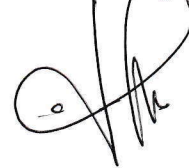
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.

Pembimbing II



Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.



# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR BUNGA SEKARMULYO

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nailatin Nirmah

NIM : 202010160311445

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.

Pembimbing II : Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Penguji II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nailatin Ni'mah  
NIM : 202010160311445  
Program Studi : Manajemen  
Surel : [nailardoid@gmail.com](mailto:nailardoid@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil jiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi – sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Malang, 4 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



Nailatin Ni'mah

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *DIGITAL*  
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR BUNGA SEKARMULYO**

**Nailatin Ni'mah**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Email : [nailardoid@gmail.com](mailto:nailardoid@gmail.com)

**ABSTRAK**

Perkembangan tanaman hias pada saat ini cukup meningkat, dari tahun ke tahun trend variasi tanaman hias melaju dengan cepat. Semakin banyak pilihan yang ada maka konsumen akan semakin tertarik untuk melihat dan melakukan pembelian. Konsumen akan membeli produk dan juga akan melakukan pembelian berulang ketika konsumen merasakan kepuasan dari pembelian sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, *digital marketing* terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen. Responden yang digunakan sebanyak 100 responden dengan melakukan pengisian jawaban terhadap kuisioner. Penelitian ini menggunakan teknik sampel *non-probability sampling* dan jenis pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling*. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*) 4.0. Hasil penelitian ini yaitu pengaruh harga, kualitas produk, dan *digital marketing* terhadap loyalitas tidak berpengaruh signifikan. Harga, *digital marketing*, dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan, sedangkan untuk kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh harga, dan *digital marketing* terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen berpengaruh signifikan, serta pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan.

**Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen, Harga, Kualitas Produk, dan Digital Marketing.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan segala ridhonya yang diberikan sehingga saya mendapatkan kesempatan dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Digital Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen di Pasar Bunga Sekarmulyo”. Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk menyempurnakan perkuliahan yang telah saya tempuh sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam melakukan penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kaga sempurna karena terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat lebih baik lagi.

Saya menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dan motivasi, serta bimbingan yang diberikan oleh berbagai pihak. Maka dari itu, saya menyampaikan rasa terimakasih dengan setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE.,M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, MM., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Fien Zulfikarijah, M.M., dan Chalimatuz Sa'diyah S.E., M.M sebagai pembimbing I dan II yang telah memberikan bimbingan dan bantuan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. R. Iqbal Robbie S.E., M.M selaku dosen wali kelas H yang telah memberikan arahan dan ilmu dari mata kuliah yang tentunya tidak akan saya lupakan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen penguji yang telah memberikan masukan dan koreksi dalam penyempurnaan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama saya menempuh perkuliahan.
8. Bapak Tohit dan Ibu Siti Choiriyah selaku orang tua, serta Faizal Dio Wahyu Pratama sebagai kakak yang sangat saya cintai, telah memberikan dukungan materi, moral, nasehat, dan kasih sayang yang amat besar sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu dengan skripsi ini.
9. Muhammad Alif Fatur Rizky sebagai orang yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, memberikan nasehat, dukungan, serta bantuan terhadap rangkaian proses penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan terutama Shinta Yumeida dan yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. *And last but not least, i wanna thanks for myself, i wanna appreciate myself, for doing all of this works, for doing all the best i can do, hopefully i can do things better and better for my future.*

Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Batu, 13 Mei 2024

Nailatin Ni'mah  
Nim. 202010160311445

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan .....	5
D. Manfaat .....	5
<b>BAB II: KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Teori Utama .....	12
C. Kerangka Konsep.....	20
D. Hipotesis .....	21
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
A. Lokasi Penelitian.....	26
B. Populasi dan Sampel .....	26
C. Definisi Operasional Variable.....	27
D. Jenis dan Sumber Data .....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Pengukuran Variabel .....	29
G. Teknik Analisis Data.....	29
H. Uji Hipotesis .....	31
<b>BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Pasar Bunga Sekarmulyo .....	32
B. Karakteristik Responden .....	33
C. Teknik Analisis Data.....	35
D. Pembahasan.....	45

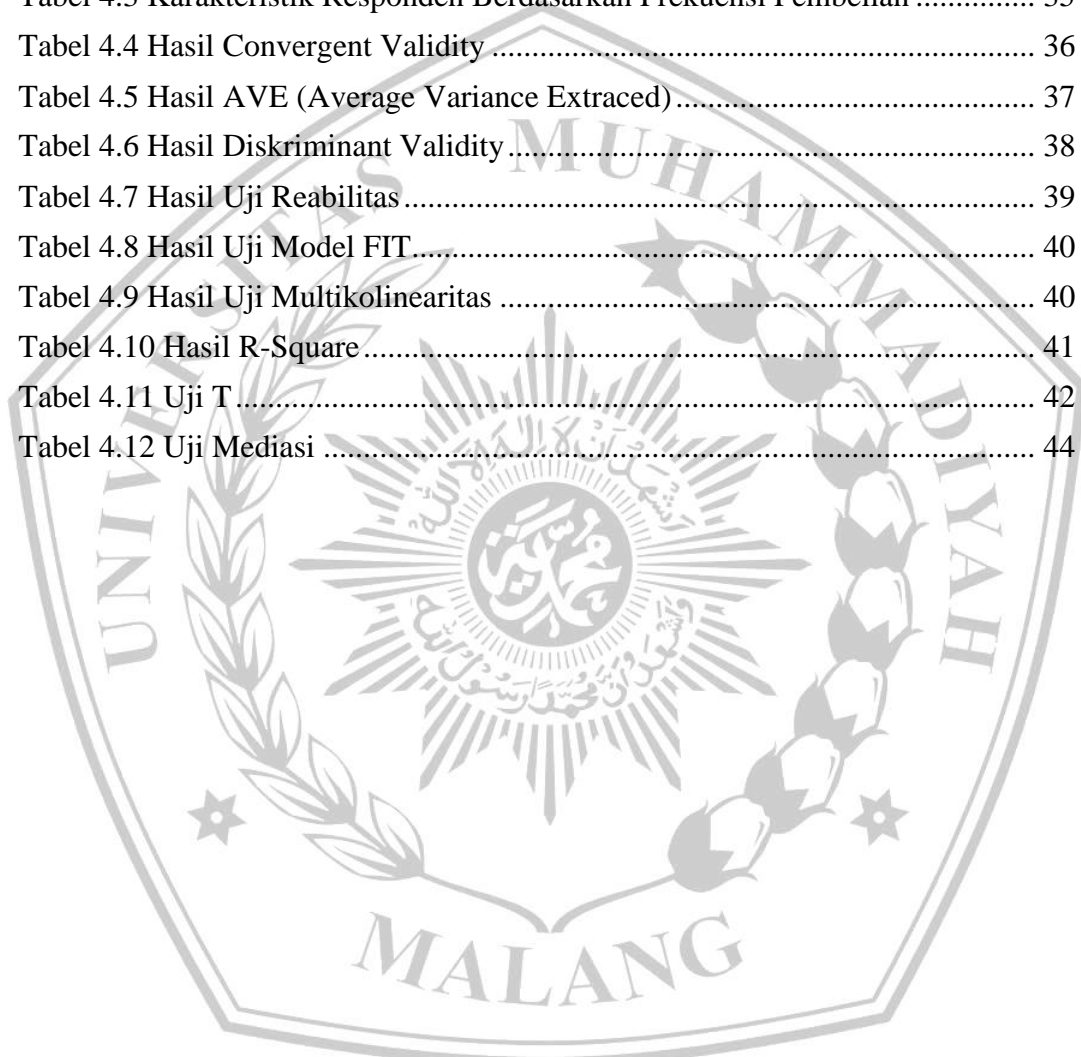


<b>BAB V: PENUTUP</b>	<b>52</b>
A. Kesimpulan .....	52
B. Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3.1 DOV .....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Status Sosial .....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	35
Tabel 4.4 Hasil Convergent Validity .....	36
Tabel 4.5 Hasil AVE (Average Variance Extraced) .....	37
Tabel 4.6 Hasil Diskriminant Validity .....	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas .....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Model FIT .....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	40
Tabel 4.10 Hasil R-Square .....	41
Tabel 4.11 Uji T .....	42
Tabel 4.12 Uji Mediasi .....	44



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	20
Gambar 4.1 Hasil Outer dan Inner Model .....	41
Gambar 4.2 Hasil Uji T.....	44





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	60
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	65
Lampiran 3 Hasil Uji .....	84
Lampiran 4 Review Pasar Bunga Sekarmulyo di website resmi .....	88



## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A.R. (2020). E-Book Digital Marketing Content. *E-Book Digital Marketing*, 14.
- Aldiona, O. A. A., & Waloejo, H. D. (2018). The Influence Of Price And Product Quality On Loyalty Through Satisfaction As A Mediation Variable (Case Study On Buyer Know Baxo Ibu Pudji Ungaran). *Journal of Business Administration Ilmu*, 7(3), 98–106.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/20934>
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*, 5(2), 26–39.  
<https://doi.org/10.22161/ijreh.5.2.4>
- Astuti, F. (2020). ( *Studi pada Usaha Tanaman Hias di Kelurahan Gunung Terang*).
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Azhar, M., Tri Sutiono, H., & Wisnalmawati. (2021). the Effect of Digital Marketing and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions and Customer Satisfaction. *Semnasif*, 1(1), 289–305.
- Bilgies, A. F., Sundari, A., Muhajir, A., & Putra, H. P. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Mayang Madu Paciran Lamongan. *J-MACC, Journal of Management and Accounting*, 4(2), 75–91.
- Burrow, K. (2005). *E-Commerce Marketing*.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Perspektif Digital Marketing*.
- Eni, D. (1967). The importance of digital marketing. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Fakhri, R. (2022). Pengaruh Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, 13(3).
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2003). Customer Loyalty : Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. *Journal of Marketing Channels*.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*.
- Husnul, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen (Studi kasus pelanggan shopee di PT. Biro klasifikasi Indonesia Jakarta Utara). *Vol 6 (10)* 1–21.
- Hutagalung, K. Y. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Tanaman Hias Terhadap Kepuasan Konsumen Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang*. 1–80.

- Indrawati, F. (2018). Dengan Kepuasan konsumen Sebagai Variabel Intervening Fenny Indrawati. *Pengaruh Kualitas*, 6(2).
- Irawati, Z., & Setiawan, D. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen Mie Gacoan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, Vol 5. No 3, 657-663  
<https://doi.org/10.37034/infv5i3.517>
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 1–15.
- Irwan, & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan konsumen terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains UIn*, 53–68.
- Kanuk, S. (2007). *Consumen Behavior* (Edisi Kedu). PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip, dan G. A. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alexander Sindoro (ed.); Edisi Kese). Indeks.
- Kotler, Philip, dan G. A. (2003). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua* (Philip (ed.)). Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). Principles of Marketing. In *Pearson*.
- Kristianto, A., Sena, I. G. W., & Julianto, R. (2023). Perancangan dan Pembuatan Sistem Informasi Kasir Berbasis Web pada Toko XYZ. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 184–196.  
<https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i1.7131>
- Lestari, A. B., Musfiana, Ruaida, & Raihani. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh. *Economica Didactica*, 3(2), 8.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 03(02), 134–146.
- Marina, T. (2017). Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung dalam Model Persamaan Struktural dengan Metode partial Least Square (Pls). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mohammad N.D.A.P, Suhendar S. (2024). Pengaruh, Analisis Marketing, Digital Kualitas, D A N Dalam, Pelayanan Kepuasan, Menciptakan Loyalitas, Terhadap Dalam, Konsumen Di, Berbelanja Place, Market. *JURNAL SOSIAL DAN SAINS*, 4, 85–94.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>
- Nasution, A. D., Putri, H. D., Hutapea, M. H., & Anshari, M. (2023). *Analisis Peran Pada Lingkungan Sosial Dan Budaya Terhadap*. 3(1), 173–182.
- Ngatno. (2018). Buku Manajemen Pemasaran BARU.pdf. In *EF Press Digimedia*



(pp. 1–292).

- Nyarmiati, S. R. T. A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). Vol 10, No 2, 1–14.
- Oliver, R. . (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing Channels*.
- Prasetyo, B., Sholichah, M., Adil, M., Soelistya, D., & Rosyihuddin, M. (2022). The Importance of Product Quality, Price Perception and Service Quality in Achieving Customer Satisfaction. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 5457–5471.  
<https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.4252>
- Pratiwi, N. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Bibit Tanaman pada Kawasan Lubuk Minturun Kota Padang. *Prosiding the 3rd Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri Vol.3*, 3(1), 70–74.
- Prinoya, R. W., & Idris. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Paparabun Perfume. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis Dan Publik*, 3(1).
- Rawung, D. T. (2020). Metode penarikan sampel. *Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Badan Pusat Statistik RI*, 22.  
[https://pusdiklat.bps.go.id/diklat/bahan\\_diklat/BA\\_2144.pdf](https://pusdiklat.bps.go.id/diklat/bahan_diklat/BA_2144.pdf)
- Rochmin. (2018). (Rochmin, 2018). *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421–428.
- Santoso, H. B. (2021). “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Online Promotion Dan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening Pada Starbucks Surabaya.” *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 1–15.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Shartykarini, S., & Firdaus, M. R. (2016). The Importance of Product Quality, Price Perception and Service Quality in Achieving Customer Satisfaction *Ecopreneur*. 12, 1(2), 45.
- Sollah, S. A., PUSPASARI, I. D., & PARAMITHA, D. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk*. 392–398.  
[http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/5884/0Ahttp://repository.unpkediri.ac.id/5884/3/RAMA\\_61201\\_18102020072\\_0706108902\\_072806702\\_01\\_frontend\\_ref.pdf](http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/5884/0Ahttp://repository.unpkediri.ac.id/5884/3/RAMA_61201_18102020072_0706108902_072806702_01_frontend_ref.pdf)
- Suastini, I. A. K. S., & Mandala, K. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 84.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p04>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV

Alfabeta.

- Suharyono, S., & Widiyanto, H. (2021). Analysis Product, Price, Service, and Digital Marketing on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty PT Control Systems – Emerson Micromotion Flowmeter. *Focus*, 2(1), 27–37. <https://doi.org/10.37010/fcs.v2i1.292>
- Supangkat, D. A., Arifin, R., & M.Hufron. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Warung Kopi Kedai Singgah Malang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9(7), 1689–1699.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Suryana. (2012). Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1–243. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Susanti, R., Ananda, L. R., & Silvia, E. D. (2022). Digital Marketing dan Entrepreneurial Marketing dalam Mengoptimalkan Loyalitas Pelanggan: Peran Kepuasan konsumen Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 20(3), 173–182. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v20i3.16974>
- Syahmi, M. R. F., Colia, R. S., & Warman, E. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel Melalui Kepuasan konsumen. *Prosiding SENAPENMAS*, 5, 1219. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15158>
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Thungasal, C., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan konsumen Pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7(1), 287133.
- Tjiptono F. (2019). *KEPUASAN KONSUMEN Konsep, Pengukuran, dan Strategi* (Anastasia Diana (ed.); I). Andi.
- Tompo, I. (2022). Loyalitas Pelanggan: Digital Marketing dan Costumer Perceived Value Terhadap Kepuasan konsumen Terhadap Ismaila Tompo. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 669–682.
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen The Bali Florist. *Jurnal EMAS*, 2, 185–194.
- Yuliana, Y. (2018). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif Pada Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Fakultas Ekonomi Umn Al Washliyah Medan T.a 2013/2014. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(2), 282–289. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v2i2.68>

- Yusuf, R. V. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dimediasi oleh kepuasan konsumen: Studi pada konsumen Sitangsu Cafe Kota Batu*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/38658>
- Zeithml, Valerie, A. Bitner M., Glemler D.D., (2009). *Service Marketing- Integrating Customer Focus Accross The Firm*.





PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DIGITAL  
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN DI PASAR BUNGA SEKARMULYO

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[repository.ub.ac.id](https://repository.ub.ac.id)

Internet Source

3%

2

[repository.upi-yai.ac.id](https://repository.upi-yai.ac.id)

Internet Source

3%

3

Submitted to University of Muhammadiyah  
Malang

Student Paper

2%

4

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

2%